

**PERFIL DEL COMERCIALIZADOR NO REGISTRADO DE PLÁTANO EN EL  
MUNICIPIO DE MONTENEGRO, QUINDIO, PARA EL PERIODO**

**2010-2011**

**MIGUEL ANGEL MAYA ECHEVERRI**

**UNIVERSIDAD EAFIT**

**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN**

**MEDELLIN**

**2011**

**PERFIL DEL COMERCIALIZADOR NO REGISTRADO DE PLÁTANO EN EL  
MUNICIPIO DE MONTENEGRO, QUINDÍO, PARA EL PERIODO**

**2010-2011**

**MIGUEL ÁNGEL MAYA ECHEVERRI**

Trabajo de grado para optar al título de  
MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN

Asesores

Mag. FABIO ANTONIO CALLE C.

M.B.A NATALIA RAMOS BELTRAN

UNIVERSIDAD EAFIT

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN

MEDELLIN

2011

El presente trabajo de grado titulado **PERFIL DEL COMERCIALIZADOR NO REGISTRADO DE PLÁTANO EN EL MUNICIPIO DE MONTENEGRO, QUINDIO, PARA EL PERIODO 2010-2011**, realizado por el estudiante **Miguel Ángel Maya Echeverri**, ha sido aprobado por el Comité MBA de la facultad de Administración, como requisito para obtener el grado de:

## **MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN - MBA**



ASESOR TEMÁTICO:

---

M.B.A NATALIA RAMOS BELTRAN



ASESOR METODOLÓGICO:

---

Mag. FABIO ANTONIO CALLE C

<b>Tabla de contenido</b>	<b>PAG</b>
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	5
ÍNDICE DE TABLAS.....	6
ÍNDICE DE FOTOS.....	7
RESUMEN.....	8
ABSTRACT.....	8
CAPÍTULO 1. IDENTIFICACIÓN DE INTERMEDIARIOS NO REGISTRADOS.....	22
CAPÍTULO 2. OBTENCIÓN DE DATOS.....	27
CAPÍTULO 3. ANÁLISIS DE INTERMEDIARIOS NO REGISTRADOS IDENTIFICADOS EN EL MUNICIPIO DE MONTENEGRO.....	29
3.1 VARIACIÓN DEL PRECIO DE LAS PRINCIPALES CLASES DE PLÁTANO QUE MANEJAN LOS INTERMEDIARIOS NO REGISTRADOS.....	31
3.2 CONCLUSIONES.....	37
ANEXOS.....	38
FUENTES DE CONSULTA.....	39

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO	TÍTULO	PÁGINA
Gráfico 1.	Oferta relevante de plátano en Colombia.	14
Gráfico 2.	Canales de Comercialización.	16
Gráfico 3.	PIB por sectores.	19
Gráfico 4.	Producción Agrícola 2009.	20
Gráfico 5.	Número de Hectáreas Sembradas en el Municipio de Montenegro.	20
Gráfico 6.	Número de Hectáreas en Producción en el Municipio de Montenegro.	21
Gráfico 7.	Volúmenes Manejados semanalmente por Intermediarios no registrados.	29
Gráfico 8.	Participación de un Intermediario dentro de la producción anual de Plátano en el Municipio de Montenegro año 2010.	30
Gráfico 9.	Calidades Comercializadas 2010-2011.	30
Gráfico 10.	Toneladas manejadas por Intermediarios no registrados de Montenegro año 2011.	31
Gráfico 11.	Comportamiento del precio en el tiempo para plaza Mayorista de Medellín Plátano Dominico año 2010-2011.	32
Gráfico 12.	Comportamiento del precio en el tiempo por centrales mayoristas Plátano Hartón año 2010-2011.	33
Gráfico 13.	Comportamiento del precio en el tiempo por centrales mayoristas Plátano Dominico-Hartón año 2010-2011.	34

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>TABLA</b>	<b>TÍTULO</b>	<b>PÁGINA</b>
Tabla 1.	Márgenes de Comercialización y participación en el precio final .	17
Tabla 2.	Departamento del Quindío, Aspectos generales.	18
Tabla 3.	Base de datos Intermediarios no registrados de plátano en el Municipio de Montenegro Quindío 2010-2011.	26
Tabla 4.	Base de datos intermediarios no registrados en el municipio de Montenegro Quindío 2010-2011.	36

## ÍNDICE DE FOTOS

FOTO	TÍTULO	PÁGINA
Foto 1.	Cultivo plátano	23
Foto 2.	Intermediario central mayorista de Armenia (MERCAR), pactando Precio antes de entrada.	24
Foto 3.	Central Mayorista de Armenia (MERCAR).	24
Foto 4.	Certificado de Transporte.	25
Foto 5.	Aplicación de encuesta en Plaza Mayorista (MERCAR).	28
Foto 6.	Aplicación de encuesta en Plaza Armenia el Retiro.	28
Foto 7.	Vendaval en el municipio de Montenegro Quindío.	35

## RESUMEN

A partir de la crisis cafetera presentada en el triángulo del café, se hizo necesario buscar nuevas alternativas de producción que fueran rentables en corto tiempo y que generaran un flujo de caja constante para los propietarios de predios. Es así como toma importancia el cultivo de plátano dentro de los predios en Montenegro, generándose grandes hectáreas de este cultivo que, en principio, sirvió de apoyo al agricultor. Allí entran a jugar un papel importante los intermediarios no registrados de plátano, ya que rápidamente se apoderan de este mercado, llegando al punto de imponer el precio a las diferentes calidades y clases de plátano que se producen en la región. Es así como se hace necesario levantar un perfil de los intermediarios para conocer cómo manejan ellos el mercado, y que esto sirva para tomar decisiones claras ante éstos.

**PALABRAS CLAVE:** Intermediarios, precios del plátano, calidades y volúmenes.

**ABSTRACT:** Beginning of the Christian coffee presented in the triangle of coffee, it became necessary to seek new alternatives that were profitable in a short time and generate a steady cash flow to property owners, it becomes important and growing banana inside the premises in Montenegro, generating large hectares of this crop in principles shook hands with the farmer. They come to play an important role bananaunregistered intermediary, as they quickly take over this market, to the point of imposing a price on the different qualities and types of bananas produced in the region. Thus, it is necessary to build a profile of intermediaries to learn how they manage the market and that this serves to make clear choices before them.

**KEY WORDS:** Intermediaries, banana prices, quality and volumes.



# **PERFIL DEL COMERCIALIZADOR NO REGISTRADO DE PLÁTANO EN EL MUNICIPIO DE MONTENEGRO, QUINDÍO, PARA EL PERIODO**

**2010-2011**

## **Descripción del problema de investigación.**

Debido a que el Quindío es uno de los departamentos del Eje Cafetero con menos industrias, ha ocasionado que éste haya debido recurrir al turismo para basar su economía y, la mayor parte, en la agricultura, la cual ha registrado varios cambios en los últimos 10 años. Esto se ve reflejado en la variabilidad de los cultivos en los diferentes municipios, donde los propietarios de fincas aún no tienen un norte claro de qué cultivo sea más seguro y rentable para sostener los gastos que sus predios demandan. Es así como, durante ese tiempo, varias fincas han cambiado su “vocación” originaria (cultivo del café) en busca de una mayor rentabilidad, a otras como cría de ganado, y cultivos como tomate, mora, yuca, banano y plátano.

En la actualidad una de las organizaciones que más ha apoyado el departamento es la Federación Nacional de Cafeteros, la cual está incentivando a la gente para volver a sembrar café en sus fincas. No obstante, son conscientes que este producto por si solo tiene una rotación de producción y dinero a largo plazo, por lo cual han motivado la siembra de plátano entre calles para generar un flujo de caja apropiado para las fincas, de modo que con este producto logren suplir los tiempos muertos de entrada de café, logrando que el propietario tenga recursos para el funcionamiento normal de su predio.

Es aquí donde el cultivo de plátano toma gran importancia en la región, ya que cuenta con un área sembrada de 28.356 hectáreas y una producción de 254.856 toneladas anuales, siendo el segundo departamento después de Antioquia -que cuenta con 49.012 hectáreas sembradas y una producción de 498.939 toneladas anuales-, en la producción de este cultivo. Entre los dos representan el 41% del total que se produce en el país.<sup>1</sup>

## **Formulación del problema**

Por lo anterior, y conociendo el interés que la Secretaria de Agricultura tiene con respecto esta problemática, siendo conscientes que cómo todo cultivo agrícola está sujeto a cambios físicos

<sup>1</sup> Ministerio de Agricultura y desarrollo Rural. Anuario Estadístico 2009.

generados por el clima, y que el departamento del Quindío no cuenta con una institución que logre agremiar a los intermediarios o comercializadores de plátano, se desea ahondar en el problema que generan dichas personas no identificadas en ***la variación del precio del plátano para el municipio de Montenegro del departamento del Quindío***, centrando la investigación en el precio de compra y venta desde las fincas.

## **Justificación de la Investigación**

Siendo Quindío el segundo departamento de Colombia en producción de plátano y, dentro de éste, el municipio de Montenegro que cuenta con el mayor número de hectáreas sembradas y toneladas producidas; que la Secretaría de Agricultura del Quindío no cuenta con una base de datos definida de intermediarios de plátano que le permita identificar qué volúmenes, calidades y precios manejan dichas personas; que son ellas quienes, a su vez, comercializan la mayor cantidad de este producto tanto dentro y hacia otros departamentos, influyendo directamente en los precios de compra y venta en ciertas épocas del año, lo cual afecta a los productores, se hace necesario levantar una base de datos de dichas personas y su patrón de comportamiento, para que, con esta información, la Secretaría de Agricultura pueda tomar decisiones en cuanto a la volatilidad de dichos precios.

Con esta investigación se logrará proveer de una importante información a la Secretaría de Agricultura del departamento para que ésta pueda aplicarla a los demás municipios y así conocer realmente de primera mano las personas que intervienen en esta comercialización. Así, se podrá beneficiar a los productores de plátano para que desde la Secretaría se generen políticas claras que permitan tener un mayor control en el precio de venta.

## **Objetivo general**

Recabar la información sobre precios, cantidades y calidades que manejan los intermediarios no registrados del plátano a través de una base de datos para el municipio de Montenegro, Quindío, que permita a la Secretaría de Agricultura la toma de decisiones sobre control de precios.

### **Objetivos específicos**

- 1- Identificar los intermediarios no registrados que lleven en el departamento del Quindío, específicamente en el municipio de Montenegro, más de 3 años comerciando 15 toneladas o más de plátano al mes durante el periodo 2010-2011.
- 2- Obtener datos sobre volumen de compra, precios y calidades que manejan los intermediarios no registrados identificados del municipio de Montenegro, Quindío.
- 3- Analizar el comportamiento de las variables, precio, cantidad y calidad que manejan los intermediarios identificados no registrados del municipio de Montenegro del departamento del Quindío.

**Apoyo Humano:** Propietarios de predios productores.

Asesores.

Vendedores de las centrales **Mayoristas**.

**Instituciones:** Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE)

Departamento Nacional de Planeación. (DNP)

Secretaría de Desarrollo Económico y Rural del departamento del Quindío.

Corporación colombiana internacional (CCI); Sistema Información Agropecuaria (SIA).

Ministerio de Agricultura y desarrollo Rural.

## **Metodología**

Para recabar la información se utilizan dos fuentes de información:

- Vendedores de las tres principales centrales comercializadoras de plátano registradas en el departamento del Quindío, a quienes se aplicará encuesta sobre precio de compra, cantidades, calidades y proveedores. Debido a que la población a encuestar es finita se aplicará la fórmula muestral pertinente definida por la estadística.
- Propietarios de predios identificados a través de la Secretaría de Agricultura departamento del Quindío. A estos se hará entrevista directa para conocer los precios de venta, cantidades, calidades e Intermediarios a quienes venden, construyendo una base de datos con esta información.

Con la información recolectada en las dos fuentes anteriores (Vendedores de centrales mayoristas, propietarios de producción de plátano), se consolidará con el fin de poder configurar la red de intermediarios no registrados de plátano actualmente activos del departamento.

## Marco Teórico

El plátano es uno de los productos básicos de la dieta alimentaria de los países en desarrollo, ya que, junto con las raíces y tubérculos, aporta el 40% del total de la oferta de alimentos en términos de calorías. Según la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, FAO (2009), este producto no sólo puede contribuir a la seguridad alimentaria de los países en desarrollo sino que, además, es una fuente generadora de ingresos y de empleo y, por tanto, mejora el nivel de vida de los agricultores.

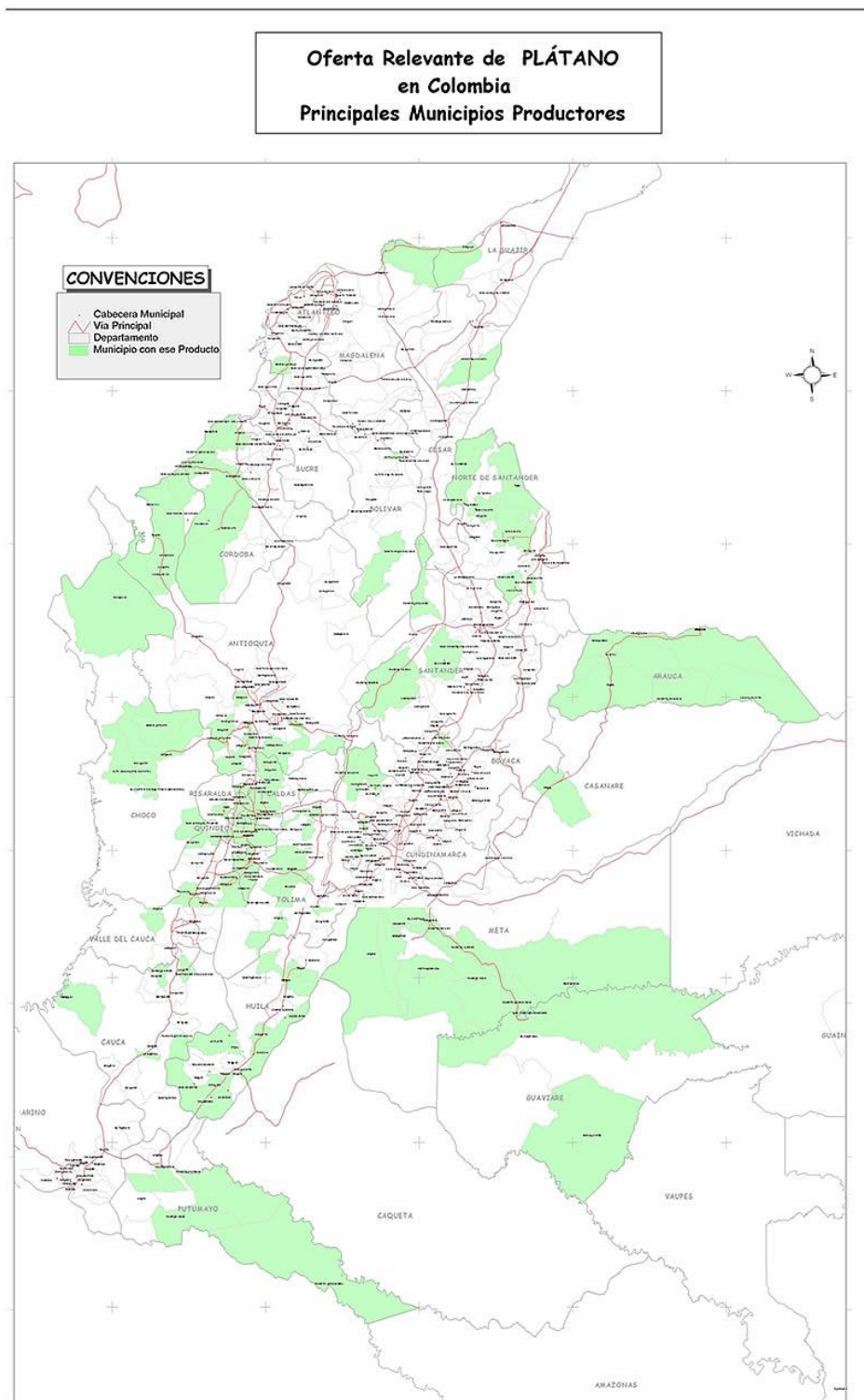
El plátano es uno de los productos alimenticios más importantes a nivel nacional, ya que participa con el 6,6% del total de la producción agrícola, ocupando el quinto lugar después del café, la caña de azúcar, la papa y las flores. Este producto es básico en la dieta de los colombianos, con un consumo *per cápita* del 61,9 Kg/año, según datos obtenidos de la encuesta del DANE (2009).

Colombia participa con el 8,7 % de la producción mundial de plátano con un comportamiento relativamente estable en los últimos años, alcanzando 3.011.780 toneladas en el 2009, situación que, como se desprende de las cifras preliminares de la FAO, se tendrá un leve incremento en el año 2011. Este comportamiento se debe a que aumentaron los rendimientos al pasar de 7,22 ton/ha en el 2000 a 7,92 ton/ha en 2009, lo que representa una tasa de crecimiento del 0,7%, esto debido principalmente a la alta incidencia de enfermedades como la Sigatoka negra (*Mycosphaerella fijiensis*) que, además de disminuir los rendimientos, ha incrementado los costos de producción.<sup>2</sup>

Como puede apreciarse en la **Gráfica 1**, la producción de plátano se concentra en la región andina (71% de la producción total), principalmente en los departamentos de Antioquia, Quindío, Meta, Tolima, Córdoba, Arauca y Valle.

<sup>2</sup> Corporación Colombiana Internacional, *Perfil Producto* N°7 Enero-Marzo 2000

GRÁFICO 1



Fuente: <http://www.cci.org.co> Recuperado el 20 de septiembre de 2011

Las variedades cultivadas a nivel nacional son "dominico hartón", "dominico", "hartón", "pelipita" y "cachaco o popocho", y su distribución geográfica depende de las condiciones agroecológicas a las cuales se adaptan las distintas variedades. Así, el plátano hartón se cultiva en las zonas cálidas ubicadas entre 0 y 1000 msnm; el dominico hartón en las regiones ubicadas entre 100 y 1600 msnm, y el dominico en zonas que llegan hasta los 2.000 msnm. El plátano cachaco se cultiva en las regiones donde se produce el dominico hartón y el pilipita en los llanos Orientales.

De las variedades cultivadas que se comercializan actualmente en el país, los plátanos hartones y dominico hartón presentan el mayor potencial para el procesamiento, debido a que el clima cálido en el cual se producen favorece el desprendimiento de la cáscara, labor que resulta bastante dispendiosa al procesar el producto.

### **CANALES DE COMERCIALIZACIÓN EXISTENTES**

En el proceso de comercialización de plátano participan muchos productores y pocos mayoristas, quienes distribuyen masivamente el producto hacia los consumidores finales. Esto hace que al ser pocos los demandantes, la información sobre las condiciones del mercado fluya rápidamente entre ellos, quienes intervienen en la fijación de los precios, por ende en la mayor o menor movilidad que puedan llegar a presentar los mismos.

Es así como se identifican especialmente 5 canales de distribución: Fincas productoras-Intermediario-mayorista-detallista, fincas productoras-intermediario-mayorista-supermercado, fincas productoras-supermercado, fincas productoras-mayorista-agroindustria, y fincas productoras-agroindustria. **Ver gráfica 2**

Para dar claridad al documento se entiende intermediario como la persona que media entre dos o más partes para comerciar con unas mercancías que no ha producido, en este documento se hablará del intermediario en relación al producto plátano.

El canal que va de las fincas productoras al intermediario, de éste al mayorista y de allí al detallista es el más utilizado en la comercialización de plátano. El Intermediario adquiere el producto en las zonas productoras, en la finca o en los mercados locales más cercanos, determinado el precio de compra con base en la oferta y la expectativa del precio que pueda conseguir en las centrales mayoristas.

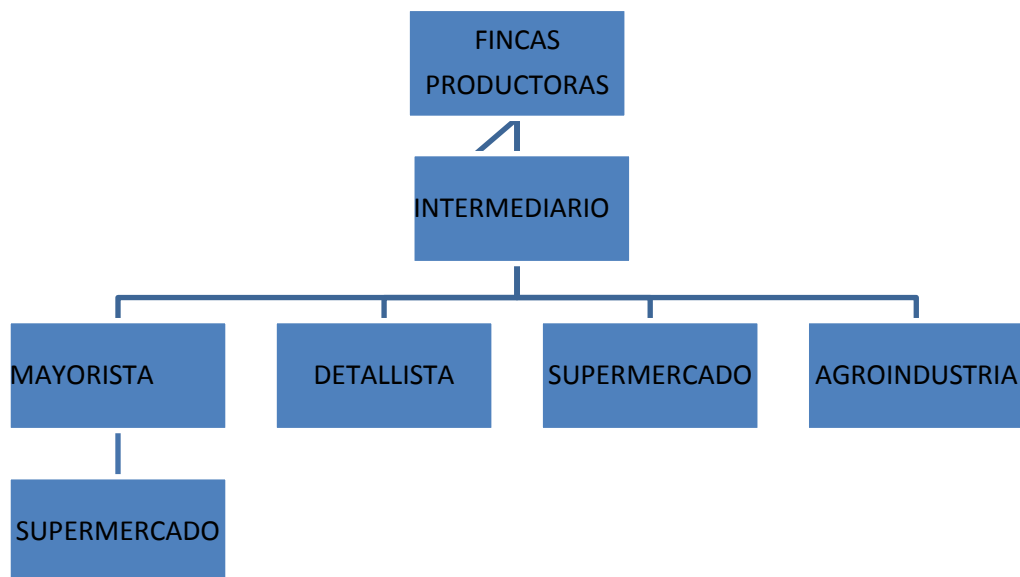
En el canal conformado por el mayorista y el supermercado, los intermediarios se han especializado en proveer a las cadenas; sin embargo, en los últimos años vienen generalizándose las tendencias a concentrar las compras en pocos proveedores que puedan manejar grandes volúmenes, con el fin de garantizar el abastecimiento periódico del producto. El supermercado determina el precio de compra semanalmente con base en la oferta y el comportamiento de los

precios en las centrales mayoristas. En este canal, como sucede con otros productos agrícolas, se presentan las mayores distorsiones en los precios.

En el caso del canal productor-supermercado (Intermediario Corporativo)-consumidor, el productor actúa como proveedor directo del supermercado evitando la intermediación y, por ende, consiguiendo un mejor precio. Aquí el productor recibe el mismo precio que obtiene el mayorista en el canal anterior, pues los dos están actuando como proveedores del supermercado.

## GRÁFICO 2

### CANALES DE COMERCIALIZACION



Fuente: Creación Propia



Según estudios realizados por la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, los márgenes de comercialización de plátano para la zona cafetera son:

**TABLA 1:**

**Márgenes de Comercialización y participación en el precio final**

<b>MÁRGENES DE COMERCIALIZACIÓN</b>	
<b>NIVEL</b>	<b>PARTICIPACION EN EL PRECIO FINAL</b>
PRODUCTOR	30%
ACOPADOR	23%
MAYORISTA	20%
DETALLISTA	27%
CONSUMIDOR	100%

**Fuente:** Federación Nacional de Cafeteros, El Cultivo de Plátano en la zona cafetera. Pag.33.

**BREVE RESEÑA DEL MUNICIPIO**

La cabecera del municipio de Montenegro, Quindío, se localiza a los 4° 34 de latitud Norte, y 75° 45 de longitud al oeste de Greenwich. Su altura sobre el nivel del mar es de 1294 metros, con una temperatura promedio de 21°C. Fisiográficamente está localizado en la parte central del abanico del Quindío, con un relieve suavemente ondulado, atravesado por profundas hondonadas, cauces de las corrientes que drenan el sector. Ocupa dos pisos térmicos: Bosque húmedo montano bajo (bh-mb) y bosque muy húmedo premontano (bmb-pm). El municipio comprende un territorio de 148,92 Km<sup>2</sup> discriminando así: 1,8 Km<sup>2</sup> de área urbana y 147,12 Km<sup>2</sup> de área rural. Está ubicado en la vertiente Occidental de la Cordillera Central y posee dos tipos de clima: templado que se presenta de los 1200 a los 1294 msnm (71,7 Km<sup>2</sup>) y cálido que se presenta de los 900 a 1200 msnm (77,1 Km<sup>2</sup>). El régimen de lluvias es bimodal: dos épocas de abundantes lluvias que se presentan de marzo a mayo, y de septiembre a noviembre. Dos temporadas de menores precipitaciones denominadas veranos, que ocurren de diciembre a febrero, y de junio a agosto. La humedad relativa, y los tiempos de brillo solar no se distribuyen de manera homogénea, temporal, ni espacialmente, estando éstas condicionadas por el relieve, las épocas del año y la circulación atmosférica. Montenegro cuenta con suelos que ofrecen muy buenas condiciones naturales para habitar el territorio y desarrollar una economía variable.

## Participación del Quindío dentro del PIB Nacional

TABLA 2.

### Departamento de Quindío

#### Aspectos generales

Variables e indicadores	Quindío	País
Extensión territorial (Km2)	1.845	1.141.748
Número de municipios, 2008	12 municipios 6 corregimientos 6 inspecciones	1.098
Población Proyectada 2011 (DANE)	552.755	46.044.601
Participación del PIB departamental en el total nacional, 2009	0,8%	100%
Crecimiento promedio PIB (%) 2000 – 2009	3,1%	4,1%
PIB per cápita, 2009	\$ 7.684.342 US\$ 3.568	\$ 11.306.029 US\$ 5.250

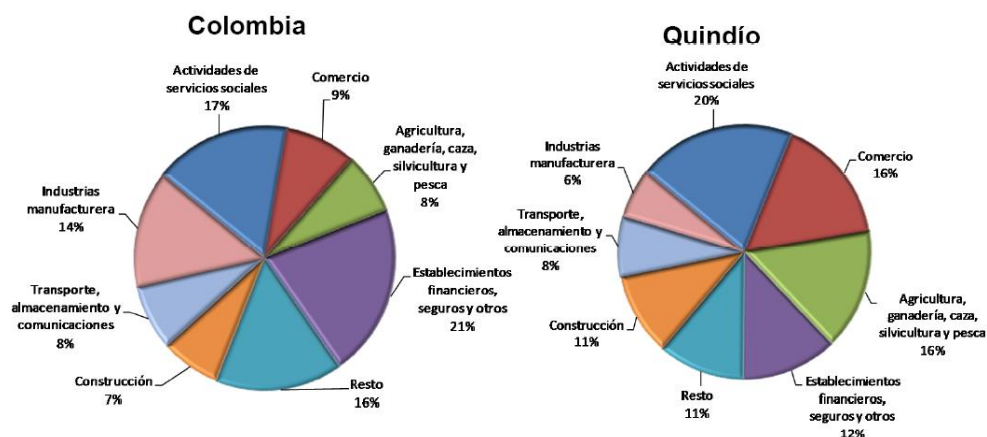
Fuentes: IGAC, DANE

El departamento del Quindío presenta una participación dentro del PIB nacional del 0,8%, el cual basa la mayor parte de su economía en el sector agrícola en donde se encuentra como primer reglón jalonador de empleo que es la comercialización del café, actividad a la que le siguen la de los cultivos del plátano, yuca, caña panelera, sorgo, papa, maíz y hortalizas.

GRAFICO 3.

Libertad y Orden

## Departamento de Quindío PIB por sectores, 2009



**Fuente:** Ministerio de comercio, industria y turismo. Oficina de estudios económicos. Pág. 2.

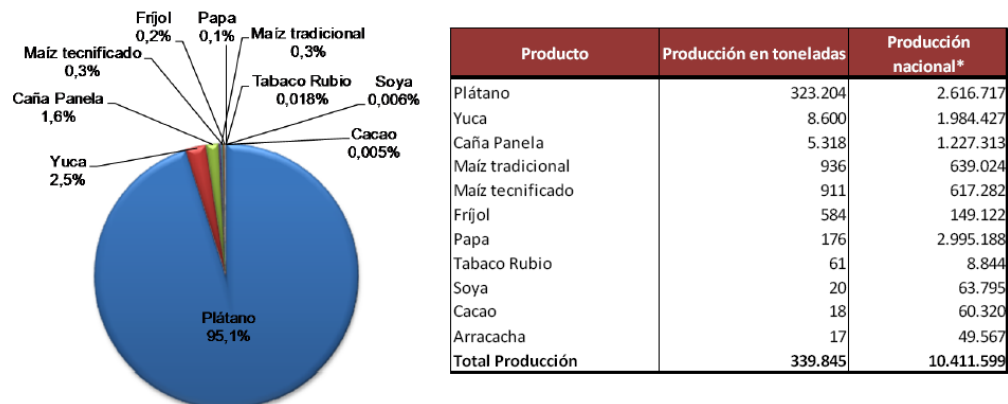
Como lo muestra claramente el **gráfico N°3** el sector de la agricultura en el departamento del Quindío tiene un peso importante en el PIB departamental, con una participación del 16%, lo que demuestra que el Quindío depende mucho del sector agrícola, esto fundamentado en la gran riqueza de sus tierras y la calidad de los productos que allí se producen. Es importante anotar que gracias a estas tierras el Quindío fue declarado como patrimonio de la humanidad por la UNESCO<sup>3</sup>.

Dentro de este sector se puede ver que el plátano ocupa, después del café, un 95,1% de la producción agrícola como cultivo permanente. Esto se puede observar en la **gráfica 4**.

<sup>3</sup> <http://www.unesco.org/new/en/unesco/>. Consultado el 16 de Agosto de 2011.

**GRÁFICO 4.**

## Producción agrícola, 2009

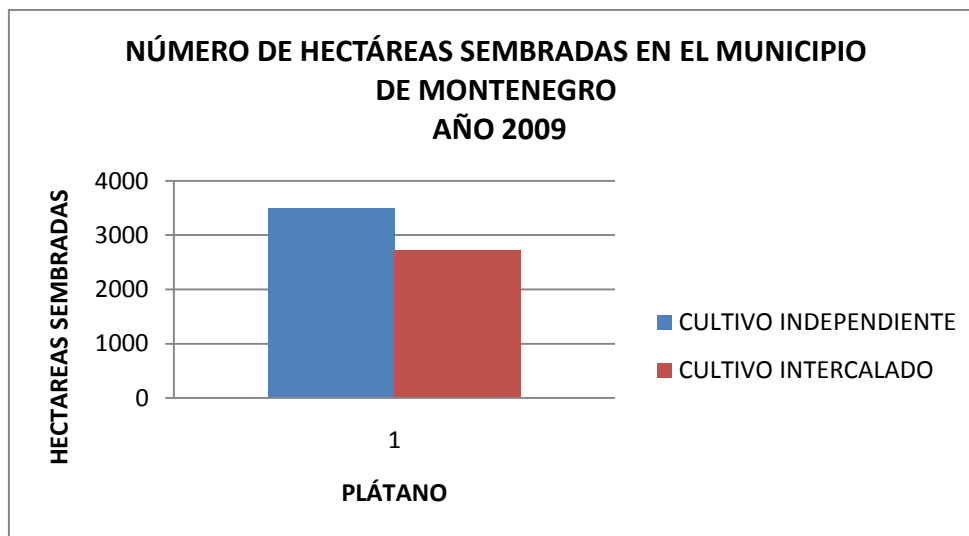


\* corresponde a la producción nacional de los productos identificados  
Fuente: Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. Anuario Estadístico 2009.

Fecha de actualización: 27 de septiembre de 2011

Es importante anotar que el cultivo del plátano ha venido teniendo un incremento en el área sembrada, pasando de 28.832,8 hectáreas en el año 2009 a 29.052,8 hectáreas en el 2010. Lo que representa un incremento del 0,76%.

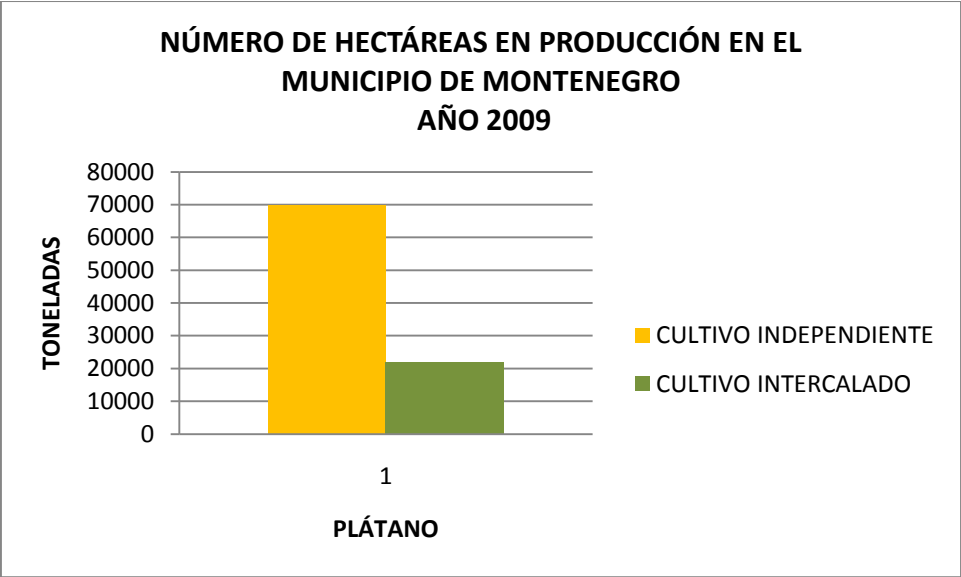
**GRÁFICO 5.**



**Fuente:** Elaboración propia

Se encontró que al momento existen 3.493 hectáreas independientes sembradas en plátano y 2.726 hectáreas intercaladas con otros cultivos, para un total de 6.219 hectáreas presentes en el municipio de Montenegro, las cuales generan una producción de 91.535 toneladas al año.<sup>4</sup> Ver gráfica 6.

GRÁFICO 6.



**Fuente:** Elaboración propia

Esta producción representa el 28,88% del total dentro del departamento del Quindío, colocándolo como el primer productor. Es así como se puede determinar la importancia que este cultivo tiene en la zona y, por ende, que se genere el mayor número de intermediarios en el municipio.

<sup>4</sup> Evaluaciones Agropecuarias, departamento del Quindío. Pág. 51

## **CAPITULO 1**

### **IDENTIFICACIÓN DE INTERMEDIARIOS NO REGISTRADOS**

En el proceso para recolectar la información que permitiera levantar un perfil de los intermediarios que comercializan el plátano en el municipio de Montenegro Quindío, se visitaron las diferentes zonas del municipio donde se encuentra localizado el cultivo del plátano, estudiando las 31 veredas que posee, las cuales son:

1. Santa Rita
2. Risaralda
3. Macho Negro
4. La Julia Baja
5. La Frontera
6. La Julia Alta.
7. Baraya
8. La Esperanza
9. Cantores
10. La Paloma
11. La Esmeralda
12. El Silencio
13. La Suiza
14. La Ceiba
15. Platanillal
16. El Prado
17. Guatemala
18. San José
19. El Guaico
20. San Pablo
21. Naranjal
22. Buenos Aires
23. La Montaña
24. La Urania
25. El Castillo
26. EL Gigante
27. Calle Larga
28. Nápoles
29. Culatas
30. El Cuzco
31. Puerto Samaria

De las veredas visitadas se encontró que seis (6) de éstas son centros poblados; ellas son: Once Casas, El gigante, Puerto Samaria, La montaña, el Castillo y Macho Negro. En éstas se aprecian cultivos de plátano en aéreas muy pequeñas, con extensiones de 3200 metros cuadrados,

menores a las de una (1) cuadra de tierra, siendo éstas utilizadas para consumo de los predios. Así mismo se observó que no poseen un manejo adecuado del producto que le permita ser comercializado en las plazas.

#### **FOTO 1.**

##### **Cultivo Plátano**



**Fuente:** Elaboración propia

En la visita realizada a las diferentes veredas se consideró en su agrupación factores como: Homogeneidad en cultivos, extensión en áreas cultivadas y tecnificación de los mismos.

Tras verificar las veredas se pudo recoger información sobre intermediarios que realizan su actividad en la zona, encontrando en éstas a 45 de ellos, de los cuales sólo 12 cumplen con los parámetros establecidos por la investigación, pues llevan más de 3 años en la comercialización el plátano y manejan más de 15 toneladas semanales.

Así mismo se visitó la central mayorista en busca de los intermediarios no registrados que utilizan esta plaza (MERCAR), Central Mayorista de Armenia, para comercializar sus productos y, a su vez, utilizarla como puerto de embarque de mercancía.

Se encontró que alrededor de la plaza se comercializan algunas cantidades de plátano que ingresan a la central con el nombre de Bautizadas (es el término que utilizan algunos intermediarios para colocarle un precio al plátano antes de entrar a la plaza y que, una vez adentro, no pueda ser vendido a otros intermediarios). **Ver foto 2.**

**FOTO 2.**

**Intermediario central mayorista Armenia (MERCAR)**

**Pactando precio antes de entrada**



Así mismo se observó el control que se tiene a la entrada de esta central en cuanto a los productos que allí se tranzan.

**FOTO 3.**

**CENTRAL MAYORISTA DE ARMENIA (MERCAR)**





A la entrada de la Central cada vehículo que ingresa debe reportar el producto que lleva, la procedencia de éste, certificado de transporte (expedido por cada predio productor se anexa foto **Ver Foto 4)** y la cantidad que ingresa. Esta información es recolectada por funcionarios pertenecientes al SIA (Servicio de Información Agropecuaria).

**FOTO 4.**  
**Certificado de Transporte.**

**FINCA LA MIRANDA** Vereda: La Julia  
Municipio: Montenegro Q.

**CERTIFICADO DE TRANSPORTE** Nº **0126**

Señor: \_\_\_\_\_ C.C. No.: \_\_\_\_\_  
Conductor del Vehículo: \_\_\_\_\_ Placas No.: \_\_\_\_\_  
Conduce con destino a:

Bultos de Café	Lotes Café Comercial	Bultos de Yuca
Kilos de Café	Raciones de Pollo	Ganado
Bultos de Pasa	Raciones de Banano	Otro
Kilos de Pasa	Bultos de Naranja	

Cantidad de la Carga: \_\_\_\_\_  
Firma Administrador o Propietario: \_\_\_\_\_

La información que los funcionarios recolectan es tabulada y publicada diariamente en los diferentes boletines que estos manejan.

En esta visita a la Central se encontraron cincuenta (50) puestos registrados que comercializan plátano y, en ellos, se pudo identificar 5 intermediarios no registrados que les venden el plátano.

En total se encontraron 17 Intermediarios no registrados en el municipio de Montenegro entre las veredas y centrales que comercializan el producto.

**TABLA 3.**  
**Base de datos intermediarios no registrados de plátano en el municipio de Montenegro Quindío**  
**2010-2011**

<b>BASE DE DATOS INTERMEDIARIOS NO REGISTRADOS DE PLÁTANO EN EL  MUNICIPIO DE MONTENEGRO QUINDIO  2010-2011</b>	
<b>NOMBRE</b>	<b>CELULAR</b>
JUAN JOSÉ GÓMEZ	3122589650
JUAN JOSÉ GAVIRIA	3162569234
JAIRO MEJÍA MARIN	-----
LUIS VELÁSQUEZ URIBE	3158704099
HERNANDO RIOS ZORRILLA	3103899503
OLMES AGUILAR	3155483438
FELIPE TORO	3136747544
ALEXANDER DUQUE	-----
DANIEL TORO GOMEZ	-----
JORGE ENRIQUE CALDERÓN	-----
HERNÁN GÓMEZ	3153858020
JORGE AGUDELO	-----
BENINO CASTRO	-----
ALEJANDRO ORTIZ	3147788498
ASDRÚBAL QUINTERO JARAMILLO	3136786084
ELÍAS DUQUE	3206868135
JORGE LUIS SOTO	3217998267

Fuente: Propia de la Investigación.

## CAPITULO 2

### OBTENCIÓN DE DATOS

Para recolectar la información se recurrió a la estadística con el fin de determinar el número de encuestas que se deberían aplicar para obtener la información necesaria que permitiera hacer el análisis sobre los intermediarios no registrados que llevan más de 3 años y manejan más de 15 toneladas semanales.

Se aplicó la fórmula muestral para poblaciones finitas obteniendo la siguiente información:

$$n = (N * (Z\alpha)^2 * P * q) / ((d^2) * (N-1) + (Z\alpha)^2 * p * q)$$

Donde:

N=	Total de la población	17	
$(Z\alpha)^2=$	Nivel de confianza	95%	1,96
p=	Proporción esperada	5%	0,05
q=	1-p	1-0,05	0,95
$(d^2)=$	Precisión	3%	0,03

$$n = (17 * (1,96^2) * 0,05 * 0,95) / ((0,03^2) * (24-1) + (1,96^2) * 0,05 * 0,95) = 15,7565$$

Es así que con esta fórmula se obtuvo que fuera necesaria la aplicación de 16 encuestas para obtener la información. Estas encuestas se distribuyeron de forma aleatoria a los intermediarios no registrados comercializadores de plátano, con el fin de cruzar la información encontrada para poder identificar los patrones de comportamiento y realizar un levantamiento del perfil del intermediario que se encontraba en esta zona.

**FOTO 5.**

Aplicando encuesta en Plaza Mayorista (MERCAR )



En la foto se puede apreciar un intermediario no registrado de plátano de la central mayorista, Mercar.

**FOTO 6.**

Aplicando encuesta en (Armenia EL RETIRO)

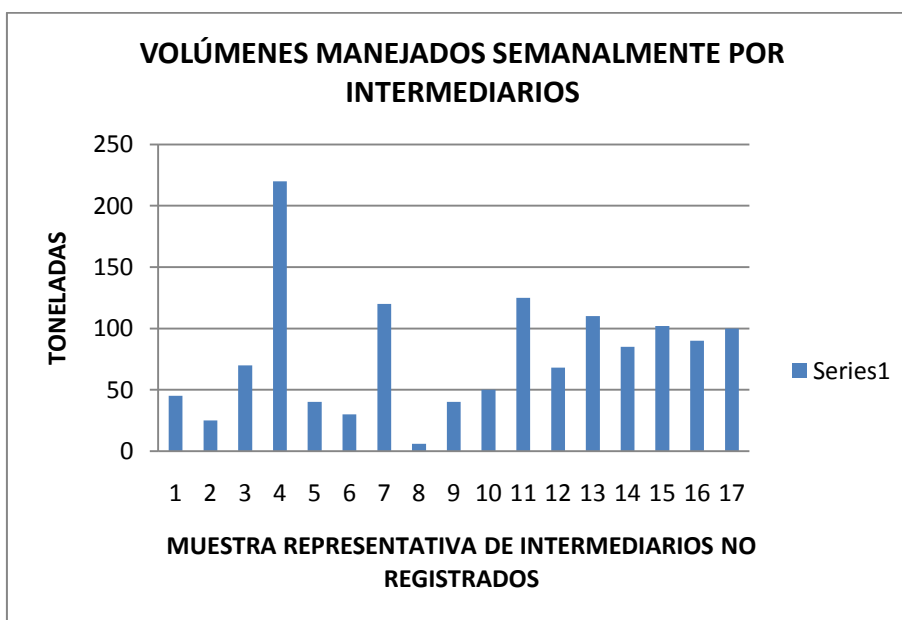


Visita realizada Armenia el Retiro donde se aplicó encuestas a Intermediarios no registrados de plátano.

### CAPITULO 3

#### ANÁLISIS DE INTERMEDIARIOS NO REGISTRADOS IDENTIFICADOS EN EL MUNICIPIO DE MONTENEGRO.

GRÁFICO 7.

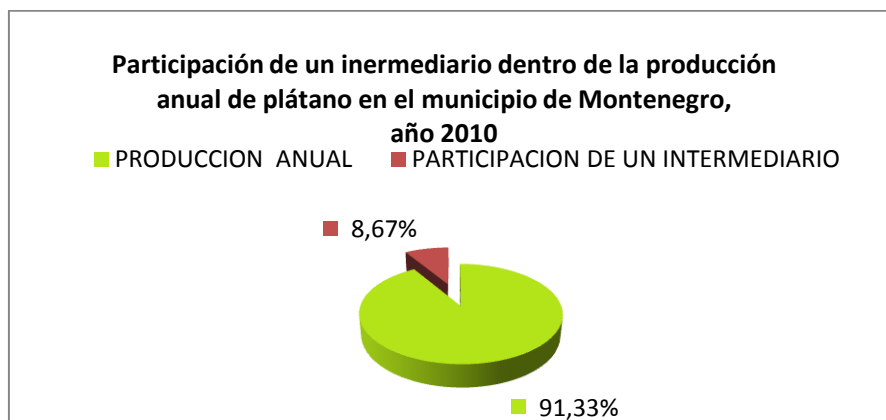


**Fuente:** Elaboración propia

En la realización de la investigación se observó que los intermediarios no registrados que cumplían con los requisitos para la investigación, manejan volúmenes muy superiores a los determinados por el investigador, oscilando entre 110 y 220 toneladas semanales.

Esto quiere decir que un intermediario mensualmente puede llegar a comercializar 880 toneladas de plátano. Llevando esto a porcentajes en participación dentro de la producción total del municipio, un intermediario participa con el 8,67 % al año.

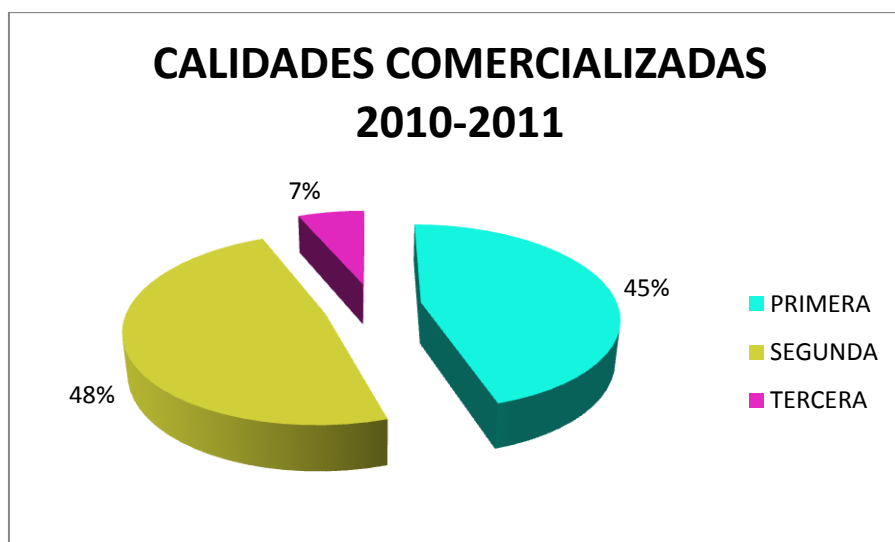
**GRÁFICO 8.**



Este porcentaje, dentro de la producción anual del Municipio, permite claramente determinar la incidencia que los intermediarios no registrados pueden tener sobre los precios del plátano.

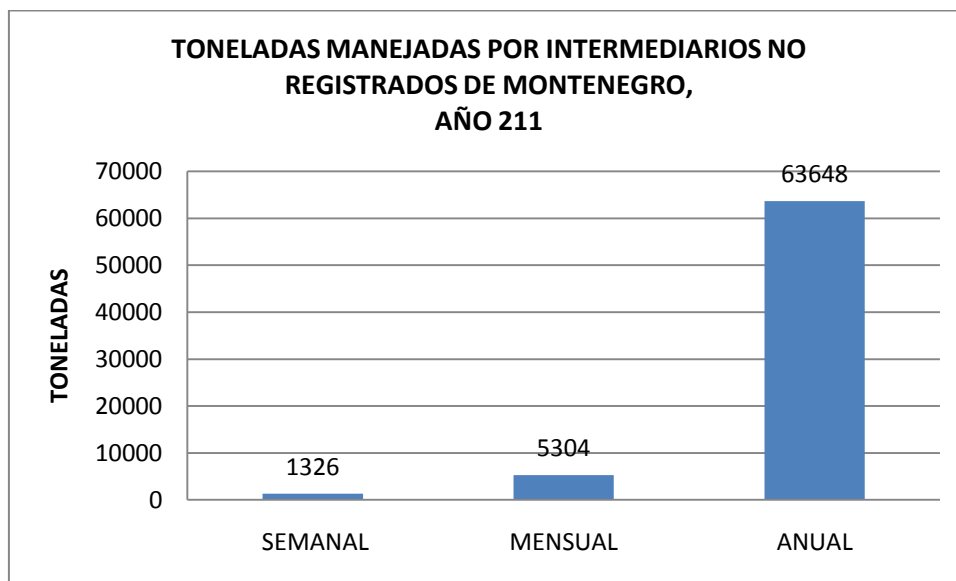
Así mismo, como se puede ver en la **gráfica #9**, las calidades primera (Plátanos que tienen una longitud superior a los veinticinco (25) centímetros) y segunda (Plátanos con longitud entre los doce (12) y los quince (15) centímetros) son las más comercializadas por los intermediarios no registrados del municipio de Montenegro; en cuanto a las terceras (Plátanos que tienen una longitud inferior a los diez (10) centímetros), éstas son vendidas directamente a los puestos registrados dentro de MERCAR, las cuales son compradas por el consumidor final.

**GRÁFICO 9.**



**Fuente:** Elaboración propia

**GRÁFICA 10.**



**Fuente:** Elaboración Propia.

Según datos consultados del informe *Evaluaciones Agropecuarias Departamento del Quindío año 2009*, la producción anual para el municipio de Montenegro era de 91.535 toneladas; de estas, 63.648 son manejadas por intermediarios no registrados, lo cual representa más del 50% del comercio de este producto, lo que muestra claramente que el mercado del plátano es manejado por éstos.

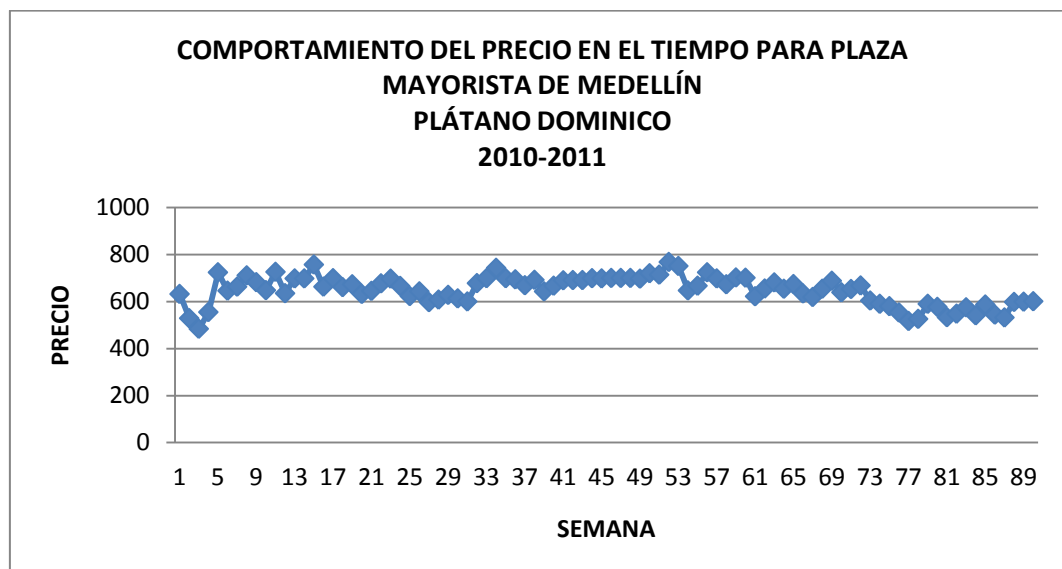
### **3.1 VARIACIÓN DEL PRECIO DE LAS PRINCIPALES CLASES DE PLÁTANO QUE MANEJAN LOS INTERMEDIARIOS NO REGISTRADOS.**

En la investigación realizada para el municipio de Montenegro, se encontró que las variedades que más predominan en los cultivos son: Dominico, hartón y dominico-hartón. Siendo las dos últimas aquellas con mayores volúmenes comercializados y hectáreas sembradas.

Estas tres variedades son las más apetecidas en las diferentes plazas del país debido a sus características; también existen variedades provenientes de los Llanos Orientales y de Ecuador, pero las manejadas en el Quindío tienen mejor rotación.

Para el estudio realizado se tuvieron en cuenta los precios manejados desde enero de 2010 hasta agosto 30 de 2011, con el fin de observar su comportamiento a través del tiempo y analizar las causas de la variación. Algunos de los resultados que se encontraron fueron:

**GRÁFICO 11.**



**Fuente:** Elaboración propia

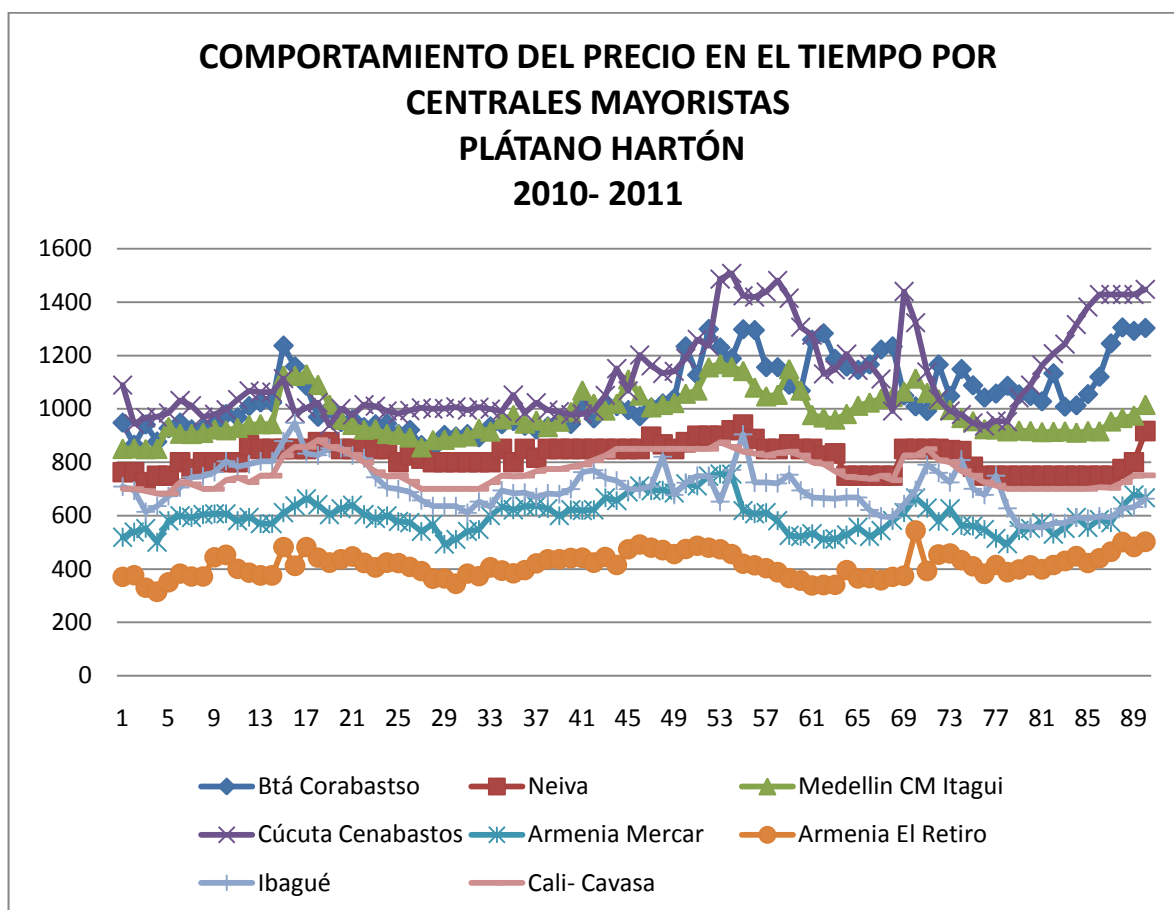
Para la variedad de plátano dominico se pudo detectar que el principal mercado de éste se encuentra ubicado en la central mayorista de Medellín, donde se comercializa toda la producción que sale desde el Quindío.

En el **gráfico 11** se observa que en las primeras semanas del año 2010 el comportamiento de precio tuvo una caída de \$148, y luego una recuperación de \$240 en solo dos semanas. Este precio permanece fluctuando los meses de febrero a julio entre \$632 y \$700, donde se vuelve a presentar una caída, recuperándose para el mes siguiente y continuando con una variación mínima para fin de año. A partir del año 2011 se puede apreciar la baja del precio hasta la primera semana de septiembre.

En cuanto al comportamiento de la variedad Hartón se observa que tiene una aceptación mayor en las diferentes plazas de mercados, mostrando precios superiores a los del plátano dominico. **Ver gráfica 12.**



GRÁFICO 12.

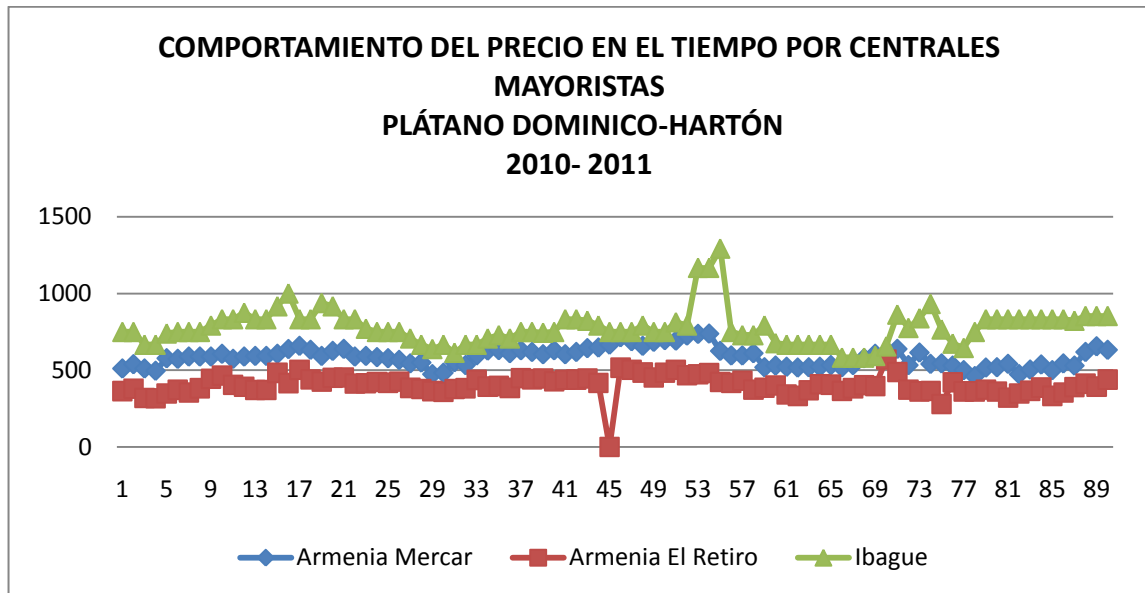


**Fuente:** Elaboración propia.

Como se puede apreciar en la gráfica 12, para las primeras semanas se presenta una caída en el precio, como se presentó en la variedad del dominico.

Esta gráfica permite ver claramente el desfase que existe entre los precios manejados por los intermediarios no registrados frente a las diferentes plazas, notándose que las plazas de Corabastos, Central Mayorista Itagüí, Cenabastos, Neiva y Cavasa, los precios son superiores a los \$750, mientras la plaza del Quindío (Armenia Mercar y Armenia El Retiro) se presentan con los menores precios en el mercado.

GRÁFICO 13.



En el caso del Plátano dominico-hartón se aprecia que su mercado es reducido, manejándose más en plazas locales como las de Armenia Mercar, Armenia el Retiro e Ibagué. Como en los casos anteriores se observó una baja en el precio las primeras semanas y luego continuó estable el resto del año 2010.

La caída que se presenta en la semana 45 en Armenia El Retiro se da debido a que esa semana no hubo comercio en esta plaza por encontrarse cerrada.

En las semana 53 y 57 se presentó un alza en el precio en la plaza de Ibagué relacionada con el paro de camioneros que se presentó a principios de año del 2011.

Como se puede observar en las tres gráficas anteriores, estas tienen relación en las bajas de precio presentadas, para las cuales, según la investigación, los intermediarios no registrados bajan los precios de compra debido a vendavales presentados en el municipio, que según ellos ocasiona la entrada de más plátano a las plazas, generando esto una caída en el precio. Luego de visitar estas plazas se pudo constatar que dichos volúmenes no entran a la plaza, ni son vendidos por los predios productores, ya que el plátano que cae al suelo a causa de los vendavales corresponde a racimos biches (racimo que no alcanza su pleno desarrollo). **Ver foto#7**. Este plátano no tiene mercado dentro de las plazas, pues no sirve para venta al consumidor final, por no cumplir con los requerimientos mínimos de desarrollo, peso y longitud. Con esta información se puede comprobar que el intermediario manipula las coyunturas ambientales para sacar beneficio a su favor en el precio.

### FOTO 7.

Vendaval Montenegro Quindío



Estado de cultivos después de vendaval



El destino final que los productores de plátano dan a los racimos que caen por el efecto del vendaval, es utilizarlo para la alimentación de animales de sus predios.

Por último, se logró obtener información sobre los precios de compra y venta que manejan los intermediarios no registrados, donde se aprecian claramente las brechas entre precio de compra en fincas y de ventas a consumidor final. **Ver tabla #4**

**TABLA 4.**

**BASE DE DATOS INTERMEDIARIOS DE PLÁTANO NO REGISTRADOS EN EL MUNICIPIO DE MONTENEGRO QUINDIO**

**2010-2011**

BASE DE DATOS INTERMEDIARIOS DE PLÁTANO NO REGISTRADOS EN EL MUNICIPIO DE MONTENEGRO QUINDIO 2010-2011									
NOMBRE	CELULAR	PLÁTANO QUE COMERCIALIZA	CALIDADES QUE COMPRA	DIA DE PAGO	DEPARTAMENTOS DONDE LO COMERCI	TON APOX QUE MANEJA SEM	PRECIOS PROMEDIO DE COMPRA POR KILO	PRECIOS PROMEDIO DE VENTA POR KILO	AÑOS EN EL NEGOCIO
JUAN JOSE GOMEZ	3122589650	DOMINICO - HARTÓN	PRIMERA Y SEGUNDA	MISMO DIA	CUNDINAMARCA	45	\$ 500	\$ 900	26
JUAN JOSE GAVIRIA	3162569234	DOMINICO - HARTÓN	PRIMERA Y SEGUNDA	MISMO DIA	BOGOTA - MEDELLIN	25	\$ 550	\$ 800	4
JAIR MEJIA MARIN	-----	DOMINICO - HARTÓN	PRIMERA Y SEGUNDA	MISMO DIA	BOGOTA - MEDELLIN	70	\$ 520	\$ 700	12
LUIS VELAZQUES URIBE	3158704099	DOMINICO - HARTÓN	PRIMERA	MISMO DIA	ARMENIA	220	\$ 500	\$ 700	12
HERNANDO RIOS ZORRILLA	3103899503	HARTÓN - DOMINICO - DOMINICO HARTON	PRIMERA Y SEGUNDA	MISMO DIA	BOGOTA - MEDELLIN - NEIVA	40	\$ 550	\$ 750	27
OLMES AGUILAR	3155483438	HARTÓN	PRIMERA Y SEGUNDA	MISMO DIA	BOGOTA - MEDELLIN	30	\$ 500	\$ 650	30
FELIPE TORO	3136747544	DOMINICO - HARTÓN	PRIMERA Y SEGUNDA	MISMO DIA	BOGOTA - CUCUTA - MEDELLIN	120	\$ 500	\$ 720	8
ALEXANDER DUQUE	-----	HARTÓN	SEGUNDA	MISMO DIA	ARMENIA	6	\$ 300	\$ 500	15
DANIEL TORO GOMEZ	-----	HARTÓN	PRIMERA Y SEGUNDA	MISMO DIA	IBAGUE - BOGOTA - MEDELLIN	40	\$ 650	\$ 1.000	30
JORGE ENRRIQUE CALDERON	-----	DOMINICO - HARTÓN	PRIMERA SEGUNDA Y TERCERA	MISMO DIA	BOGOTA - MEDELLIN	50	\$ 500	\$ 700	8
HERNAN GOMEZ	3153858020	DOMINICO - HARTÓN	PRIMERA Y SEGUNDA	FIN DE SEMANA	CALI - BOGOTA	125	\$ 490	\$ 750	25
JORGE AGUDELO	-----	HARTÓN	PRIMERA Y SEGUNDA	MISMO DIA	BOGOTA	68	\$ 500	\$ 720	20
BENINO CASTRO	-----	DOMINICO - HARTÓN	PRIMERA Y SEGUNDA	FIN DE SEMANA	BOGOTA - MEDELLIN - CALI	110	\$ 550	\$ 700	18
ALEJANDRO ORTIZ	3147788498	HARTÓN	SUGUNDA Y TERCERA	MISMO DIA	BOGOTA - CALI	85	\$ 450	\$ 720	14
ASDRUAL QUINTERO JARAMILLO	3136786084	HARTÓN	PRIMERA Y SEGUNDA	MISMO DIA	BOGOTA - MEDELLIN - CALI	102	\$ 550	\$ 800	26
ELIAS DUQUE	3206868135	HARTÓN	PRIMERA	MISMO DIA	BOGOTA	90	\$ 480	\$ 730	21
JORGE LUIS SOTO	3217998267	HARTÓN	SEGUNDA	MISMO DIA	MEDELLIN	100	\$ 500	\$ 690	26

**Fuente: Propia de la Investigación**

### 3.2 CONCLUSIONES

Es así como se encontró que el departamento del Quindío es el segundo productor de plátano después de Antioquia, con una producción de 254.856 toneladas anuales según reporte del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, lo cual indica claramente la importancia de este cultivo dentro de la economía del departamento. Como se explicó al principio de esta investigación la parte agrícola dentro del PIB departamental tiene un peso de gran importancia, ya que éste no cuenta con grandes industrias, casi toda su economía la basa en el agro.

Es allí donde, a raíz de la evidencia encontrada, se decidió levantar un estudio acerca de los intermediarios no registrados que se encuentran en el municipio de Montenegro, comenzando por éste ya que cuenta con el mayor número de hectáreas sembradas en plátano dentro del departamento.

En la investigación realizada para el municipio de Montenegro, Quindío, se pudo identificar a los intermediarios no registrados que llevaban más de 3 años comerciando 15 toneladas o más de plátano al mes.

Allí se encontró que más del 50% de la comercialización del plátano se encuentra manejada por intermediarios no registrados, lo que fácilmente les permite colocar un precio para la comercialización del producto.

Dentro de los intermediarios identificados no registrados se pudo establecer que el mayor volumen es manejado por seis (6) de éstos, quienes comercializan más de 100 toneladas semanales y son los que establecen el precio a pagar en las fincas productoras, lo que pone en desventaja a los productores pues por su tamaño no tiene otra alternativa que vender al precio establecido.

# ANEXOS

## 1. ENCUESTA



ENCUESTA SOBRE PRECIOS, CANTIDADES, CALIDADES QUE COMERCIALIZAN LOS  
INTERMEDIARIOS DE PLÁTANO EN MONTENEGRO QUINDIO

FECHA: \_\_\_\_\_

Nombre del entrevistado: \_\_\_\_\_

Punto donde Comercializa: Mercar \_\_\_\_\_ Central Minorista \_\_\_\_\_ Feria de los plátanos

Profesion o Actividad a la que se dedica: \_\_\_\_\_

1. A qué persona compra o vende el plátano que comercializa: \_\_\_\_\_

tel o Cel: \_\_\_\_\_

2. Qué tiempo lleva comprándole o vendiendo a esta persona: \_\_\_\_\_

3. Qué tipo de plátano compra o vende: Hartón \_\_\_\_\_ Dominico: \_\_\_\_\_ Dominico hartón \_\_\_\_\_

4. Qué calidades comercializa: Primera \_\_\_\_\_ Segunda: \_\_\_\_\_ Tercera: \_\_\_\_\_

5. Cuántos Kilos o Racimos compra o vende semanalmente: \_\_\_\_\_

6. Cuál es el precio de compra o venta por Kilo o Racimo: \_\_\_\_\_

7. Con respecto al pago por la compra esta se realiza: El mismo día \_\_\_\_\_ Los fines de semana \_\_\_\_\_ Otros \_\_\_\_\_

8. Cómo comercializa el plátano que compra o vende: Por libra \_\_\_\_\_ Por Kilo \_\_\_\_\_ Racimo \_\_\_\_\_

Otro \_\_\_\_\_

9. A qué precio vende el plátano que comercializa: \_\_\_\_\_

10. En dónde vende el plátano que compra: \_\_\_\_\_

Nota: La encuesta esta diseñada para ser aplicada tanto para productores, intermediarios no registrados, y puntos comercializadores, por ello en algunas preguntas se utiliza el "o" dependiendo a la que se entrevistara, que estara definida en la pr profesion o actividad a la que se dedica

Entrevistador: \_\_\_\_\_ Entrevistado: \_\_\_\_\_

## FUENTES DE CONSULTA

- Corporación Colombiana Internacional. Gestión Empresarial. [www.cci.org.co](http://www.cci.org.co)
- Secretaría de Desarrollo Económico y Rural del departamento del Quindío. <http://www.minagricultura.gov.co/inicio/default.aspx>. 2011.
- Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. <http://www.minagricultura.gov.co/inicio/default.aspx> 2011.  
<http://www.agronet.gov.co> Estadísticas agropecuarios 2009.
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). <http://www.dane.gov.co> 2011.
- Departamento Nacional de Planeación (DNP). <http://www.dnp.gov.co/>. 2011.
- Michael C. Appleby, Neil Cutler, John Gazzard, Peter Goddard, John A. Milne, Colin Morgan, & Andrew Redfern. (2003). ***What Price Cheap Food?*** Journal of Agricultural and Environmental Ethics, 16(4), 395-408. Retrieved November 25, 2010, from ABI/INFORM Global. (Document ID: 420389961).
- Peter Jones, Daphne Comfort, & David Hillier. (2004). ***Developing Customer Relationships Through Fair Trade: A Case Study from the Retail Market in the UK***. Management Research News, 27(3), 77-87. Retrieved November 25, 2010, from ABI/INFORM Global. (Document ID: 656787761).
- Earnings Digest -- Food: Chiquita Brands International Inc. (2007, February 23). Wall Street Journal (Eastern Edition), p. C.6. Retrieved November 25, 2010, from ABI/INFORM Global. (Document ID: 1221275931).
- NoticiasFinancieras]. (2009, March 9) *NoticiasFinancieras*,\*\*\*[insert pages]\*\*\*. Retrieved November 24, 2010, from Banking Information Source. (Document ID: 1658947761).